



“INVESTIGACIÓN SOBRE LA APLICACIÓN DE LA MERCADOTECNIA EN EL POSICIONAMIENTO DE LAS PYMES Y MICRO EMPRESAS DEDICADAS A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HELADOS EN EL CANTÓN SALCEDO, PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL AÑO 2.011 Y SU IMPACTO EN EL CRECIMIENTO DEL SECTOR.”

AUTORES:

Ing. Luis Enrique Santamaría
Ing. Nicolay Ramón Fonseca.

DIRECTOR

Ing. Elísabeth Jiménez S



ANTECEDENTES

- La provincia de Cotopaxi se caracteriza por ser una de las provincias que contribuye a la economía del país y de manera progresiva al PIB, a la generación de empleo y a la aportación fiscal.
- En esta provincia y de manera particular en la ciudad de Salcedo tenemos: micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, que han hecho que esta ciudad se encuentre en el auge del desarrollo productivo y comercial.

JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

- En la ciudad de Salcedo existen empresas que desconocen el beneficio que pueden obtener mediante la aplicación de la mercadotecnia.
- Las Micro empresas y Pymes en la ciudad de salcedo están consideradas como un motor dinamizador de la economía del cantón, pues cuando existen crisis, este sector es uno de los mayormente afectados, pero así mismo, es uno de los primeros en reactivarse.
- Una de las actividades económicas generadoras de ingresos son la producción y comercialización de helados de Salcedo, es importante analizar su crecimiento y su aporte al Producto Interno Bruto.
- La ubicación de Latacunga y de Salcedo como ciudades intermediarias entre Quito, Ambato, Baños de Agua Santa y Riobamba, les ha permitido desarrollar sus rentas sobre la base de su rica gastronomía.
- Partiendo de que el ícono económico de Salcedo son sus helados y siendo nosotros parte de esta tierra productiva, queremos con este trabajo propiciar un mayor crecimiento con nuevas estrategias, revalorizando a este producto.

OBJETIVO GENERAL

Realizar una investigación sobre la aplicación de la Mercadotecnia en el posicionamiento de las micro empresas y pymes dedicadas a la producción y comercialización de helados en el cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi en el año 2.011 y su impacto en el crecimiento del sector.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir los aspectos generales del proyecto de investigación.
- Realizar un análisis y diagnóstico de la situación actual de las micro empresas y pymes de la ciudad de Salcedo y determinar la situación de los planes de Marketing.
- Realizar una investigación que permita determinar el impacto de las herramientas de la Mercadotecnia en el posicionamiento de las micro empresas y pymes del sector de la producción y comercialización de helados de la ciudad de Salcedo en el año 2011
- Diseñar un Plan Estratégico de Marketing ideal propuesto para el sector de las PYMES productoras y comercializadoras de helados.

HIPÓTESIS

- **HIPÓTESIS ALTERNA**

La **NO** aplicación de herramientas de Mercadotecnia en el sector productivo y comercializador de helados en la ciudad de Salcedo, **afecta** el posicionamiento - crecimiento y rentabilidad en el sector.

- **HIPÓTESIS NULA**

La **NO** aplicación de herramientas de Mercadotecnia en el sector productivo y comercializador de helados en la ciudad de Salcedo **NO** afecta el posicionamiento - crecimiento y rentabilidad del sector.

MARCO TEORICO

- **PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**
- **INVESTIGACIÓN**
- **HIPÓTESIS**
- **ORIGEN DE LA HIPÓTESIS**
- **IMPORTANCIA DE LA HIPÓTESIS**
- **FUNCIÓN DE LA HIPÓTESIS**
- **FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS**
- **CLASIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS**
- **VARIABLE**
- **CLASIFICACIÓN DE LAS VARIABLES.**
- **MARKETING**
- **CONCEPTO DE PYME's**
- **MICRO EMPRESA**

MICRO EMPRESA Y PYME'S

- **PYME'S**.- Existe mucha imprecisión; generalmente se las asocia como entes informales, como empresas de subsistencia y de tipo familiar, tales como la tienda de la esquina, la panadería, el puesto del mercado, etc. Hasta hoy no hay una categorización rígida para determinar que es una Pymes, ni existe uniformidad entre países; cada cual elige el parámetro que se adapta a su realidad.
- **MICRO EMPRESA**.- Es una sociedad de tamaño pequeño, que ejerce una actividad económica de forma regular; está comprendida de personas de escasos ingresos. Estas iniciativas llamadas micro empresas han sido generadas por emprendedores, quienes se han visto sin empleo ó con el fin de complementar los ingresos.

CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS SEGÚN SU TAMAÑO (ACTIVOS FIJOS, NÚMERO DE EMPLEADOS Y NIVEL DE VENTAS)

CARACTERÍSTICA	MICRO EMPRESA	PEQUEÑAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	EMPRESAS GRANDES
ACTIVOS FIJOS	(- \$ 20.000)	\$ 200.000	DE \$ 350.000	MAS DE \$ 350.000
Nº EMPLEADOS	< 10	DE 10 A 49	DE 50 A 100	MAS DE 100
NIVEL DE VENTAS ANUALES	HASTA \$ 100.000	DE \$ 100.001 A \$ 1.000.000	DE \$1.000.001 A \$ 3.000.000	➤ A \$ 3.000.001

LAS MICRO EMPRESA Y PYME'S EN LA CIUDAD DE SALCEDO

- En el ámbito micro empresarial, tenemos: Elaboración de comida rápida, restaurante, helados, pinol, productos de primera necesidad, muebles, bazares, cabinas telefónicas, comercio de frutas y verduras, zapatos, ropa, entre otras.
- En el sector de las PYMES, tenemos: Industria molinos de pinol San Rafael, La Asociación Productora y Comercializadora de helados de salcedo, Vehículos Ecuatorial, Talleres Joes Car, El Mundo del Mueble, El Mega Supermercado, Supermercado Balarezo, Almacenes Figueroa, lubricadoras, comerciantes de insumos agrícolas, veterinarios, productos alimenticios de animales, gasolineras, clínicas privadas, entre otras.
- Como empresas GRANDES tenemos: Fábrica de Lácteos Leito, El Ranchito, Hostería Rumipamba de las Rosas, Avícola Egas, Nevado Naranjo Roses, entre otras.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE LAS MICRO EMPRESAS Y PYME's PRODUCTORAS Y COMERCIALIZADORAS DE HELADOS EN LA CIUDAD DE SALCEDO.

ANALISIS EXTERNOS

Al analizar el macro ambiente se puede encontrar fuerzas que afectan a todo el micro ambiente, entre las principales tenemos: Económicas, Demográficas, Político Legal, Tecnológicos, Ecológicos y Socio-Culturales, de ahí que, un análisis externo requiere de información, su análisis y la elaboración de criterios relevantes relacionados con el tema de investigación.

• **Factor Económico del País**

Al analizar el ambiente económico en el que se desenvuelve el Ecuador, podemos señalar varios indicadores que definen sus condiciones económicas frente a otros países y dentro del mismo, como es el caso del PIB, PEA, tasa de desempleo, tasa de inflación, tasas de interés (Activa – Pasiva), ingreso familiar y la balanza comercial.

- **PIB**

El Producto Interno Bruto (PIB), es una medida agregada que expresa el valor monetario de la producción de bienes y servicios finales de un país durante un período (normalmente un año).

PRODUCTO INTERNO BRUTO (COTOPAXI)	
PRODUCTO INTERNO BRUTO (31 ENERO 2011)	26.928 millones de USD
PIB PROVINCIA DE COTOPAXI 1,67%	449 millones USD

- **La PEA**

(PEA). Lo constituyen todas las personas, que son capaces de trabajar y desean hacerlo.

PEA en Salcedo = 22.181 habitantes

• Tasa de Interés

Dadas las condiciones de la economía ecuatoriana en la década pasada, las tasas de interés se fueron ajustando al entorno macro económico, con una clara tendencia al alza.

MES	MICROCRÉDITO	CONSUMO	COMERCIAL PYMES	VIVIENDA	COMERCIAL CORPORATIVO
Noviembre -2011	23.27%	17.89%	13.31%	12.19%	10.55%
Abril .2.012	29 %	16%	11,20 %	10.5 %	9,5%

• Nivel de Ingresos

El nivel de ingreso de la provincia de Cotopaxi en el año 2011 fue de USD 33.356.150,79 dólares y de manera especial de la ciudad de Salcedo fue de USD 3.521.758,58

INGRESOS		
Ingresos Corrientes	3.016.913.45	17.2%
Impuestos	0.00	4.5%
Tasas y Contribuciones	0.00	4.9%
Venta de bienes y servicios	0.00	1.7%
Renta de inversiones y multas	2.040.051.38	0.6%
Otros ingresos	0.00	2.0%
Aporte fiscal corriente	976.862.07	3.5%
Ingresos de Capital	32.686.33	41.7%
Aporte fiscal de capital	0.00	41.5%
Transferencias y Donaciones de Capital	0.00	0.2%
Venta de Acciones	32.686.33	0.0%
Ingresos de financiamiento	472.158.80	41.1%
Prestamos Banco del Estado	472.158.80	25.2%
Financiamiento interno	0.00	3.3%
Saldo Caja Bancos	0.00	12.6%
Anticipos años Anteriores	0.00	0.0%
TOTAL INGRESOS	3.521.758.58	100%

FACTOR POLITICO - LEGAL

- Las micro empresas y pymes dedicadas a esta negocio deben obtener el RUC. Si se tienen ingresos menores anuales a 60000 dólares se deberá obtener el RISE (siglas de Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano) que es un sistema nuevo cuyo objetivo es facilitar y simplificar el pago de impuestos de un determinado sector de contribuyente.

• Factor Demográfico

Para identificar y describir el mercado meta al cual se dirigirán los productos o servicios de una organización, se hace necesario el estudio y análisis de diferentes aspectos de la población

Cotopaxi		
Población	Cantidad	Porcentaje
Mujeres	210580	51,46 %
Hombres	198625	48,54 %
Total	409205	100%

Salcedo		
Población	Cantidad	Porcentaje
Mujeres	30.489	53%
Hombres	27.038	47%
Total	5 7.528	100%

- **Factor Tecnológico**

La mayor parte del proceso es manual y mecánico



Proceso de empacado



• **Factor Ambiental.**

En la ciudad de Salcedo a igual que otras ciudades se han creado ordenanzas municipales que regulan las actividades en cuanto a la manipulación de desperdicios que generan las actividades económicas, en este caso en la actividad de producción y comercialización de helados, el gran porcentaje de la composición de este producto provienen de productos naturales, frutas que el desperdicio se lo desecha en fundas y recipientes adecuados al respecto

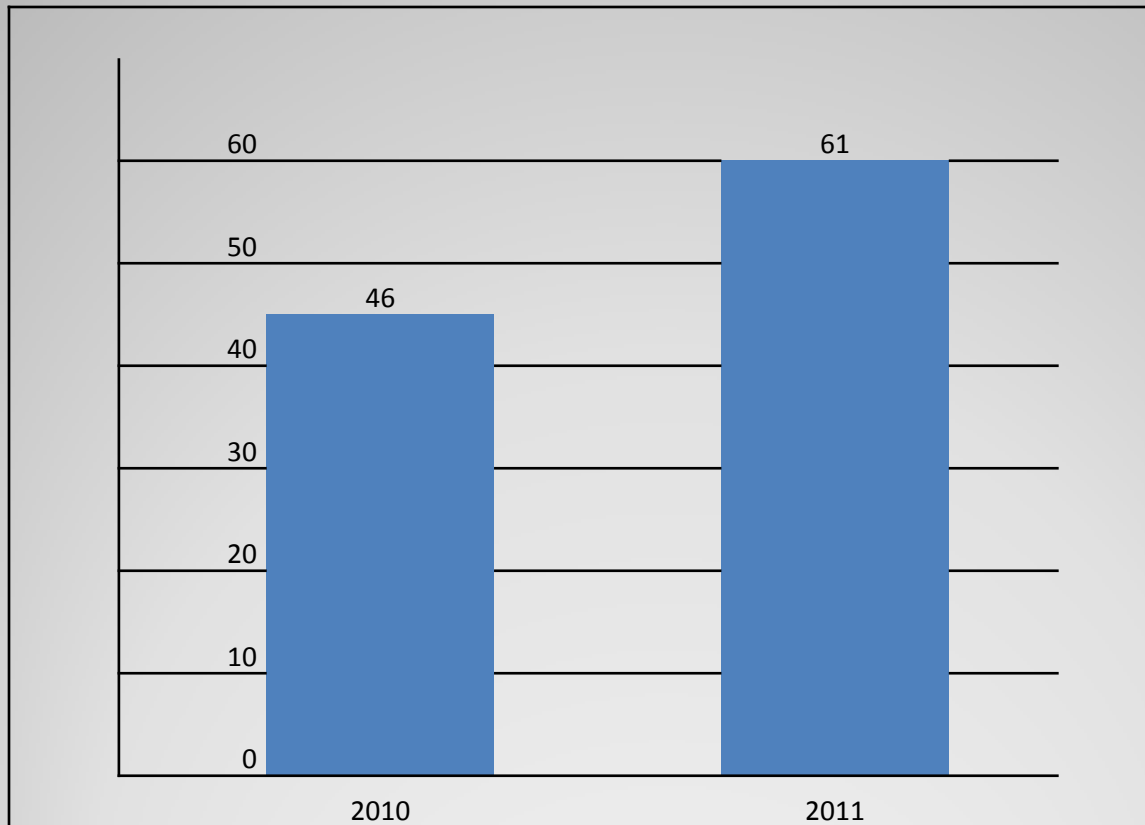
• ANALISIS INTERNO

SITUACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS Y PYMES EN LA CIUDAD DE SALCEDO

MICROEMPRESAS PRODUCTORAS DE HELADOS

MICROEMPRESAS PRODUCTORAS HELADOS	AÑO 2007	AÑO 2010	AÑO 2011
MICROEMPRESAS	18	21	21

MICRO EMPRESAS COMERCIALIZADORA DE HELADOS



- **Puntos de venta locales**

Se encuentran ubicados en las calles céntricas de la ciudad como son: Calle Sucre, Calle 24 de mayo y las calles de entrada y salida de la ciudad tanto al norte como al Sur, como son la calle Abdón Calderón, Calle Quito, Calle 9 de Octubre, Panamericana Norte y Panamericana Sur.

Según investigación de campo hasta diciembre del 2.011 tenemos 46 puntos de venta para el año 2.010 se estima que fueron de 42.

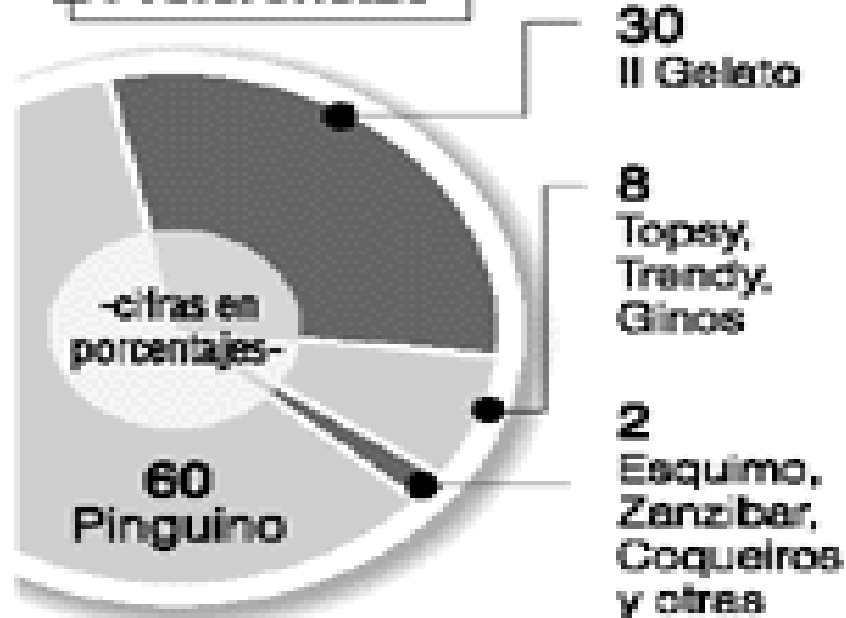
MARCAS DE HELADOS PREDOMINANTES EN EL ECUADOR



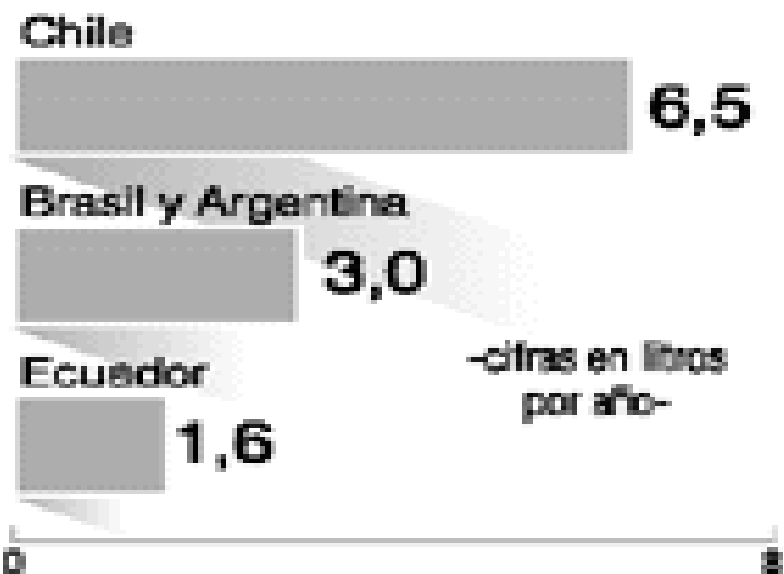
Consumo de helados

El Ecuador cuenta con cinco marcas de trascendencia

■ Preferencias



■ Consumo percapita



CAPÍTULO III

INVESTIGACIÓN SOBRE LA APLICACIÓN DE LA MERCADOTECNIA EN EL POSICIONAMIENTO DE LAS PYMES Y MICRO EMPRESAS QUE SE DEDICAN A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HELADOS EN LA CIUDAD DE SALCEDO

- **TAMAÑO DE LA POBLACIÓN.**

- Para nuestro proyecto nuestra población serán los 82 puntos tanto de producción como de comercialización de helados.
- Por ser una población pequeña no se aplicó tamaño de muestra y se aplicó el trabajo de campo a toda la población.

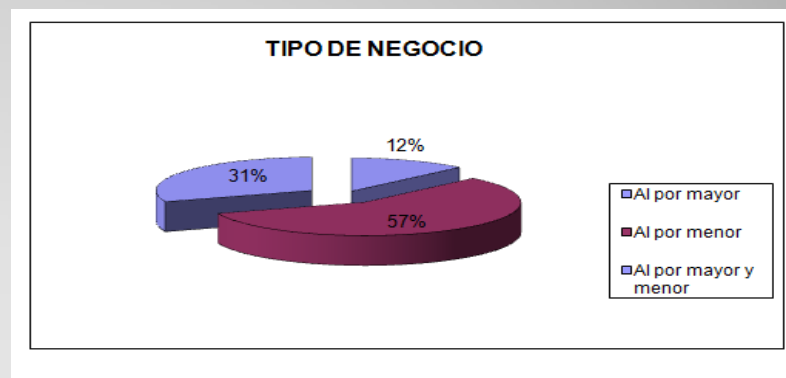
- **INVESTIGACIÓN DE CAMPO
(ENCUESTAS)**

Es usted productor o comerciante

<i>TIPO DE ACTIVIDAD</i>	<i>RESULTADOS ENCUESTA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Productor</i>	21	25,61%
<i>Comerciante</i>	61	74,39%
TOTAL	82	100,00%

SU ACTIVIDAD LO REALIZA

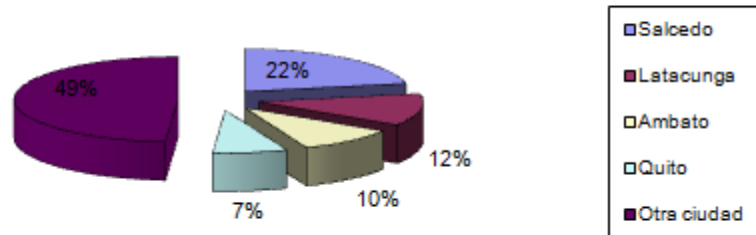
TIPO DE NEGOCIO	RESULTADOS ENCUESTA	PORCENTAJE
<i>Al por mayor</i>	10	12,20%
<i>Al por menor</i>	47	57,32%
<i>Al por mayor y menor</i>	25	30,49%
TOTAL	82	100,00%



TIPOS DE CLIENTES

PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES	RESULTADOS ENCUESTA	PORCENTAJE
Salcedo	18	21,95%
Latacunga	10	12,20%
Ambato	8	9,76%
Quito	6	7,32%
Otra ciudad	40	48,78%
TOTAL	82	100,00%

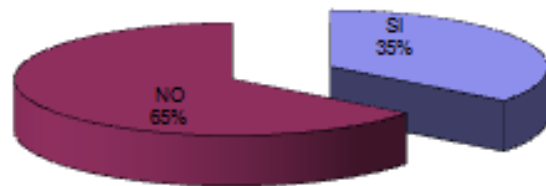
PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES



REALIZAN PROYECCIONES DE VENTA

PROYECCIÓN DE VENTAS	RESULTADOS ENCUESTA	PORCENTAJE
SI	29	35,37%
NO	53	64,63%
TOTAL	82	100,00%

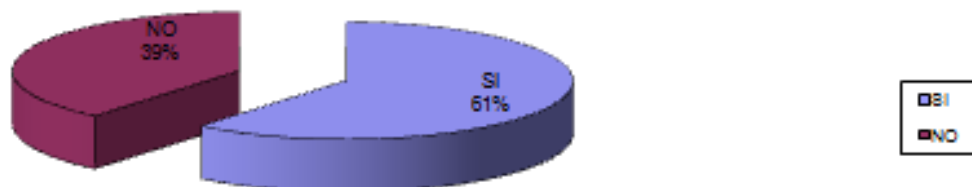
PROYECCIÓN DE VENTAS



EXISTE DEMANDA DEL PRODUCTO

DEMANDA ADECUADA DEL PRODUCTO	RESULTADOS ENCUESTA	PORCENTAJE
SI	50	60,98%
NO	32	39,02%
TOTAL	82	100,00%

DEMANDA SUFICIENTE DEL PRODUCTO



REALIZACIÓN ESTUDIOS DE MERCADO

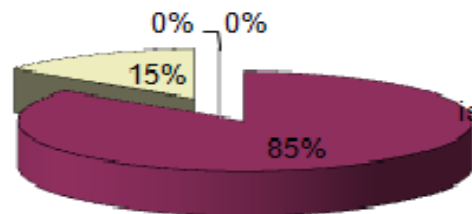
INVESTIGACION DE MERCADO	RESULTADOS ENCUESTA	PORCENTAJE
SI	3	3,66%
NO	79	96,34%
TOTAL	82	100,00%



FIJACIÓN PRECIOS

FIJACIÓN DE PRECIOS	RESULTADOS ENCUESTA	PORCENTAJE
<i>Análisis exacta de costos y % de utilidad</i>	0	0,00%
<i>De manera estimada</i>	70	85,37%
<i>En función de la competencia</i>	12	14,63%
<i>Otro</i>	0	0,00%
TOTAL	82	100,00%

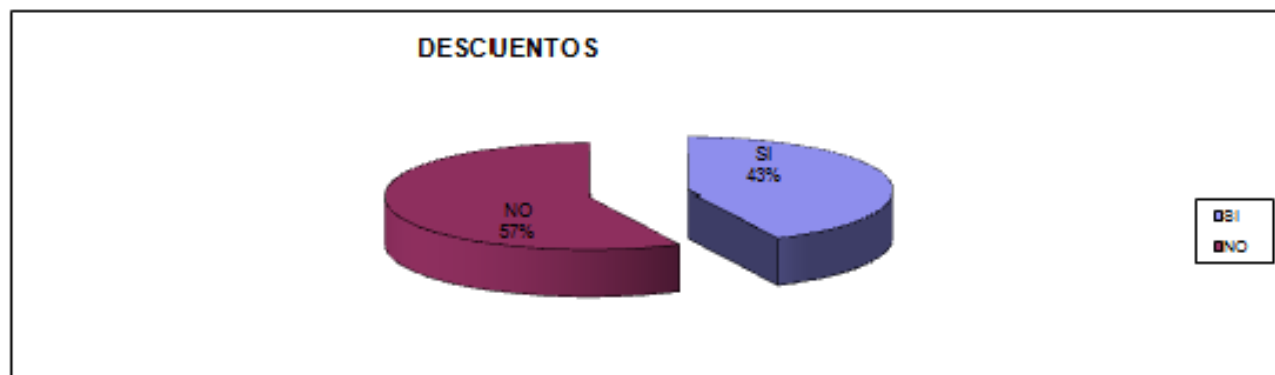
FIJACIÓN DE PRECIOS



- Análisis exacta de costos y % de utilidad
- De manera estimada
- En función de la competencia
- Otro

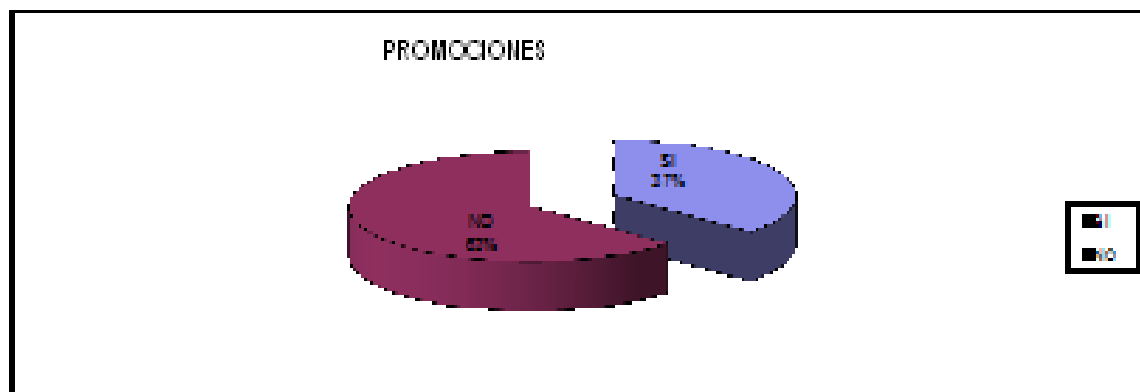
DESCUENTO EN EL PRECIO

DESCUENTOS	RESULTADOS ENCUESTA	PORCENTAJE
SI	35	42,68%
NO	47	57,32%
TOTAL	82	100,00%



PROMOCIONES

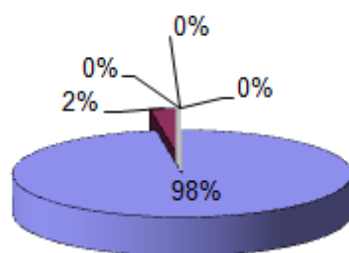
PROMOCIONES	RESULTADOS ENCUESTA	PORCENTAJE
SI	30	36,59%
NO	52	63,41%
TOTAL	82	100,00%



MEDIOS PUBLICITARIOS

MEDIOS PUBLICITARIOS CLIENTES POR	RESULTADOS ENCUESTA	PORCENTAJE
<i>Rótulos en el punto de venta</i>	80	97,56%
<i>Contrata publicidad en RADIO</i>	2	2,44%
<i>Contrata publicidad en TV</i>	0	0,00%
<i>Hojas volantes</i>	0	0,00%
<i>Otro medio publicitario</i>	0	0,00%
TOTAL	82	100,00%

MEDIOS PUBLICITARIOS



- Rótulos en el punto de venta
- Contrata publicidad en RADIO
- Contrata publicidad en TV
- Hojas volantes
- Otro medio publicitario

MEJORARIA LA VENTAS CON ESTRATEGIAS

MEJORAR VENTAS CON MEJORES ESTRATEGIAS	RESULTADOS ENCUESTA	PORCENTAJE
SI	82	100,00%
NO	0	0,00%
TOTAL	82	100,00%



- **Comprobación de Hipótesis**

- **Paso 1: Considerar las hipótesis**

- **HIPÓTESIS ALTERNA**

La **NO** aplicación de herramientas de Mercadotecnia en el sector productivo y comercializador de helados en la ciudad de Salcedo, **afecta** el posicionamiento - crecimiento y rentabilidad en el sector.

- **HIPÓTESIS NULA**

La **NO** aplicación de herramientas de Mercadotecnia en el sector productivo y comercializador de helados en la ciudad de Salcedo **NO** afecta el posicionamiento- crecimiento y rentabilidad del sector.

- **PASO DOS:**

Determinación del estadístico de prueba para la verificación de hipótesis

- chi- cuadrado (χ^2)

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Donde:

χ^2 = Valor a calcularse de chi - cuadrado.

Σ = Sumatoria

O = Frecuencia observada, datos de la investigación.

E = Frecuencia teórica o esperada.

• PASO TRES

Considerar las Variables

Variable Independiente

Herramientas de la mercadotecnia

- Preg. 07 ¿ Ha realizado alguna vez estudios de investigación que le permita identificar la satisfacción de sus clientes?

Si: 3

No: 79

- Preg. 11 ¿Realiza promociones para incrementar el nivel de ventas de su producto?

Si: 30

No: 52

Variables Dependientes

Posicionamiento de las micro empresas y pymes

Preg. 05 ¿Cuenta su Negocio con una proyección de sus ventas ?

Si: 29

No: 53

Preg. 06 ¿Existe suficiente demanda de los productos que usted vende?

Si: 50

No: 32

- PASO CUARTO**

CÁLCULO DE HIPÓTESIS

VALORES REALES

POBLACION (PYMES Y MICROEMPRESAS DEDICADAS A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HELADOS EN EL CANTÓN SALCEDO)	ALTERNATIVAS		TOTAL
	SI	NO	
	USO DE HERRAMIENTAS PARA PROYECTAS VENTAS	29	
DEMANDA DE HELADOS	50	32	82
EXISTENCIA DE ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	3	79	82
DESARROLLO D EPROMOCIONES PARA INCREMENTO EN VENTAS	30	52	82
TOTAL	112	216	328

$\frac{(O - E)^2}{E}$	O	E	O - E	$(O - E)^2$	$\frac{(O - E)^2}{E}$
USO DE HERRAMIENTAS PARA PROYECTAS VENTAS / SI	29	28,0	1,0	1,00	0,04
USO DE HERRAMIENTAS PARA PROYECTAS VENTAS / NO	53	54,0	-1,0	1,00	0,02
DEMANDA DE HELADOS / SI	50	28,0	22,0	484,00	17,29
DEMANDA DE HELADOS/ NO	32	54,0	-22,0	484,00	8,96
EXISTENCIA DE ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS / SI	3	28,0	-25,0	625,00	22,32
EXISTENCIA DE ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS / NO	79	54,0	25,0	625,00	11,57
DESARROLLO D EPROMOCIONES PARA INCREMENTO EN VENTAS / SI	30	28,0	2,0	4,00	0,14
DESARROLLO D EPROMOCIONES PARA INCREMENTO EN VENTAS / NO	52	54,0	-2,0	4,00	0,07

$$x^2 = 60,42$$

• PASO QUINTO

Grado de libertad = (Renglones - 1)(columna - 1)

$$Gl = (r-1)(c-1)$$

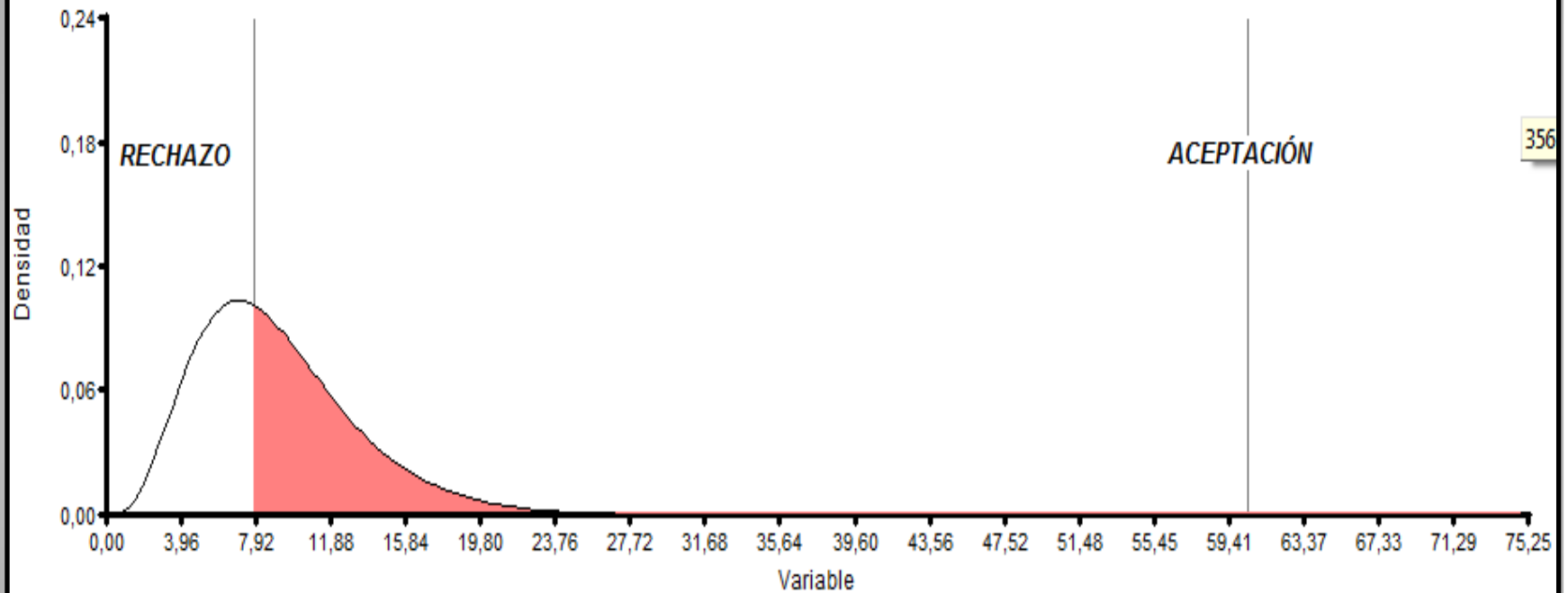
$$Gl = (4 - 1)(2 - 1)$$

$$**Gl = 3**$$

El valor de $X^2_t = 7.815 < X^2_c = 60,42$

- Paso Sexto
GRÁFICO

GRÁFICO DEL CHI CUADRADO



Por consiguiente se acepta la hipótesis alterna, es decir, la adecuada aplicación de las herramientas de la Mercadotecnia **SI** permitirá mejorar el posicionamiento de las micro empresas y pymes dedicadas a la producción y comercialización de helados en el cantón Salcedo provincia de Cotopaxi.

CAPÍTULO IV

DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING IDEAL PROPUESTO PARA EL SECTOR DE LAS PYMES PRODUCTORAS Y COMERCIALIZADORAS DE HELADOS DE SALCEDO

• VISION

Durante los próximos cinco años, seremos el sector productivo más grande, logrando la mayor participación de mercado nacional, a través de: excelentes estrategias de marketing que mejorarán en gran porcentaje la rentabilidad del sector.

• MISIÓN

Producir y comercializar productos de alta calidad a un precio justo logrando la satisfacción de clientes y consumidores y obteniendo muy buena rentabilidad para el sector.

• **OBJETIVOS ESTRATÉGICOS**

- Diseñar estrategias de marketing que permitan incrementar la demanda de este producto tanto a nivel nacional como internacional.
- Lograr una mejor tecnificación en la producción de este producto.

• PRINCIPIOS Y VALORES

➤ HONESTIDAD	Base de nuestros valores como organización
➤ CONFIANZA	En la marca del productos
➤ RESPONSABILIDAD	En nuestros actos y acciones.
➤ SERVICIO	En la satisfacción de las necesidades del consumidor
➤ COMPROMISO	Con nuestros clientes, consumidores, colaboradores y Proveedores.

FODA GRÁFICO N.39

Resultados Ponderados de:

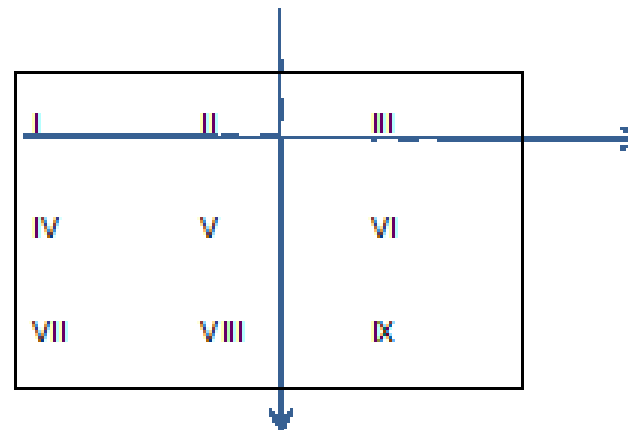
Matriz de Evaluación Interna (FD)

Alto	Medio	Bajo
3.00 - 3.99	2.00 - 2.99	1.00 - 1.99

(2.59)

Resultados Ponderados
de Matriz de Evaluación
Externa (OA)

Alto	(3.02)
3.00 a 3.99	
Medio	
2.00 a 2.99	
Bajo	
1.00 a 1.99	



Matriz de Evaluación Externa = 2.54

Matriz de Evaluación Interna = 2.59

- I .- Crezca y Desarróllese
- **II.- Crezca y Desarróllese**
- III.- Persista y Resista
- IV.- Crezca y Desarróllese
- V.- Persista o Resista
- VI.- Coseche o Elimina
- VII.- Persista o Resista
- VIII.- Coseche o Elimine
- IX.- Coseche o Elimine

- **ESTRATÉGIAS**

- **Estrategias Comerciales**

Objetivo: Incrementar las ventas del producto y lograr mayor participación de mercado nacional e internacional.

Acciones.

- El empresario debe conocer y entender a sus clientes para ello debe realizar una investigación de mercado con la finalidad de abarcar un segmento determinado y así mantenerse bien establecido en el mercado por un largo tiempo.
- Realizar **VARIEDAD DE PRODUCTOS EN SABORES Y PRESENTACIÓN** a bajo costo con el objetivo de satisfacer a todas las clases sociales y de esta manera mantener a los clientes

- Buscar empresarios que se conviertan en **DISTRIBUIDORES** a nivel nacional de este producto, para tener mayores puntos de venta y por ende mayor participación de mercado a nivel nacional.
- Diseñar el apoyo del organismo competente para efectivizar la exportación de este producto a nivel internacional o crear franquicias.
- Crear una página electrónica que permita la publicidad de éste producto.

WWW.HELADOSDESALCEDO.COM y WWW.EMPRESASIECUADOR.ES y el mail info@heladosdesalcedo.siecuador.es

Inicio

Bienvenido



La Asociación de Productores y Comercializadores de los Helados de Salcedo, da a conocer a la comunidad que, mediante resoluciones administrativas firmes.

El Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), ha concedido las marcas que a continuación detallamos como signos distintivos de exclusiva propiedad de la mencionada Asociación de Productores y Comercializadores de los Helados de Salcedo:

HELADOS DE SALCEDO, marca colectiva
HELADOS DE SALCEDO, nombre comercial

HELADOS DE SALCEDO, marca de producto.
DISEÑO, marca de producto

Solicítelo



El helado de Salcedo por su exquisito sabor, su preparación y presentación higiénica, es ideal para eventos, celebraciones y reuniones.

Delicadeza



La imagen nos muestra el típico helado de Salcedo, con sus cuatro sabores, esto es, crema, mora, naranjilla y taxo con mermelada al centro.

Estrategia



Distribución y venta de los deliciosos helados de Salcedo en todo el Ecuador.

Noticias

Suscribirse

Contactos



Asociación de Productores y Comercializadores de los Helados de Salcedo

Email: info@heladosdesalcedo.siecu

Phone: (123) 456-7890
Fax: (123) 456-7890

Importantes

Patentes:

El Registro Sanitario es el 010930INHQA0809. Según los directivos de la asociación el patentar el nombre de Helados de Salcedo les ha llevado alrededor de tres años de gestiones. En la actualidad la asociación cuenta con 18 miembros, quienes tienen varios proyectos a futuro.

Nuestro Producto

El helado es parte de la cultura. Mora, naranjilla, frutilla, taxo y vainilla son los sabores que, tradicionalmente, se saborean en un solo helado. Cada fruta le da un matiz y por eso se le conoce, también, como el helado de los colores. Se trata de los helados de Salcedo, el referente más importante de esta ciudad

- Lograr una tecnificación de este producto
- Tratar de eliminar la competencia desleal por parte de las personas que se dedican a esta actividad.
- Ofrecer una mejor presentación de producto a través de un diseño adecuado en su parte aumentada y plus.
- Realizar publicidad a través de medios radiales y televisivos.
- Realizar convenios con agencias de viajes para promocionar este producto tradicional de la ciudad de Salcedo

- Ubicar vallas publicitarias en las carreteras de paso en las distintas ciudades para incrementar puntos de venta.



- **Estrategias Financieras**

- **Objetivo:**

Obtener y aprovechar recursos económicos a costos bajos

- **Acciones:**

- Lograr financiamientos a bajo costo financiero respaldándose con una organización más formal.

- Realizar capacitaciones en todo lo referente a los aspectos financieros con la finalidad de realizar buenas inversiones y así estar a la expectativa de qué beneficios va a traer dicha inversión.

- **Estrategias Operativas**

- **Objetivo:**

Lograr optimización de insumos y prevenir el medio ambiente

- **Acciones:**

- Tecnicar los procesos para lograr mayor productividad.
- Tener diversos proveedores que ofrezcan una gran variedad de materia prima con la finalidad de abaratar costos y aumentar la producción, de esta manera se fomentará una mayor competitividad.
- Aplicar un plan de protección para el medio ambiente con la finalidad de no tener problemas legales futuros.

- **Estrategias Empresarial**

- **Objetivo:**

Lograr formalidad de los negocios y dominio en su administración.

- **Acciones:**

- Aplicar una planificación, organización, dirección y control adecuada tanto en las PYMES como MICRO EMPRESAS dedicadas a la producción y comercialización de helados en la ciudad de Salcedo, para que se logren es necesario capacitaciones de emprendimiento y organización empresarial para este sector con una duración de por lo menos 160 horas.

- **Estrategia de Competitividad**

- **Objetivo:**

Lograr mayor ventaja con relación a la competencia

- **Acciones:**

- Lograr una participación de mercado nacional frente a otras marcas de helados, en base al análisis de ciertos factores competitivos: Precio, previo análisis del mercado, más bajo que la competencia, Calidad del producto y servicio, ofrecer productos de muy buena calidad y preferido al paladar del consumidor, con un empaque atractivo y sobre todo con una atención adecuada.

• **Monitoreo ó control estratégico.**

- **Índice de Satisfacción = Clientes Satisfechos / Total Clientes** (Estándar sugerido 0,9 ó el 90%)
- **Índice de Participación de Mercado** = Puntos de ventas anuales / Puntos de ventas anteriores con relación a una fecha dada. (Estándar sugerido un incremento de por lo menos un 20%)
- **Índice de Productividad**=Unidades producidas / Recursos empleados (Estándar sugerido, un incremento de por lo menos un 10%)
- **Índice de Rentabilidad con Relación a las Ventas** = Utilidad / Ventas totales (Estándar sugerido, un incremento en la rentabilidad de por lo menos 5% en una fecha dada)

CAPITULO V

CONCLUSIONES

- El PIB de la provincia de Cotopaxi es de 449 millones de dólares al 31 de Enero del 2.011 y la PEA en la ciudad de Salcedo es de 21.158 habitantes, confirmándose que la provincia de Cotopaxi y la ciudad de Salcedo es un cantón generador de ingresos.
- La tasa de interés para el financiamiento para créditos comerciales por parte del sector financiero para el segmento micro empresas se encuentra al 29% siendo un factor que afecta notablemente al crecimiento y desarrollo de esta actividad.

- La mayor parte de consumidores de este producto son turistas generándose mayor demanda los días de feriados por la gran afluencia de este segmento de población.
- El 64,63% de las micro empresas y pymes dedicadas a la producción y comercialización de helados de Salcedo no realizan de manera técnica proyecciones de ventas, únicamente se manejan de manera estimativa y en la gran mayoría por la disponibilidad de materia prima.
- El 60,98% tienen demanda adecuada de su producto, gracias a que es un producto que por ser tradicional favorece su compra.

- El 96,34% no realizan una investigación de mercado por lo que no pueden conocer los requerimientos y necesidades de los clientes y consumidores.
- El 85,37% fija precios de manera estimada, es decir no aplican procedimientos técnicos para conocer su verdadera utilidad.
- El 63,95% no realiza promociones y el 98% realiza publicidad pero únicamente a través de rótulos en su local de venta.
- Los microempresarios no están capacitados para competir ante los demás tipos de empresas tanto en el aspecto comercial, financiero y técnico.

• **Recomendaciones**

- Se recomienda que las micro empresas y pymes productoras y comercializadoras de helados de Salcedo, cuenten con una capacitación adecuada para dejar de ser entes informales y adquieran una formalidad tanto organizativa como legal que les permita incrementar su participación de mercado.
- Se debe lograr convenios con entes públicos que propicien financiamientos a tasas de interés bajas que permitan el desarrollo del sector.
- Se debería usar maquinaria de mejor tecnología que ayude a la empresa a producir mayor cantidad de productos y al menor costo.

- Los helados de Salcedo tienen ya una imagen ganada por ser un producto tradicional muy conocido a nivel nacional, por lo que se debe buscar estrategias que permitan encontrar puntos de distribución y venta a nivel nacional así como realizar gestión para la venta de estos productos a nivel internacional.
- Las micro empresas y pymes deben realizar estudios de mercado, proyecciones de venta, estrategias de publicidad, promoción y técnicas de fijación de precios que les permita contar con datos exactos para ser competitivos frente a otras marcas de estos productos.

MUCHAS GRACIAS POR SU ATENCIÓN